



Emitido por Fco. Javier Maestre Caballero, alumno de 4º de grado en Periodismo.

A/A: Tribunal de calificación del Trabajo de Fin de Grado (Periodismo) de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Dirección didáctica a cargo del Profesor D. Alejandro Antona Illanes.

### **Plan de Comunicación Teatro Auditorio Riberas del Guadaíra**

Junio de 2014

Javier Maestre Caballero



### **1) Justificación**

Gabinete de Comunicación de un recinto escénico  
Estrategia, oportunidad y perseverancia

### **2) Introducción**

Teatro Auditorio Riberas del Guadaira  
Naturaleza, estructura, actividad

### **3) Matriz DAFO**

Situación de partida-hándicaps

### **4) Segmentación. Públicos analizados**

Personal del Teatro Auditorio  
Instituciones  
Medios de Comunicación  
Público de Sevilla y provincia  
Público local

### **5) Web social 2.0**

### **6) Objetivos**

Hacia el entendimiento, el prestigio, la aceptación y la colaboración

### **7) Monitorización y balance**

### **8) Aplicaciones**

### **9) Conclusiones. Receta en continua evolución**

### **10) Fuentes**

*El éxito llega con la perseverancia. No todo vale.*

*El equipo prevalece siempre por encima de la individualidad*

## **Justificación**

Gabinete de Comunicación de un recinto escénico

Estrategia, oportunidad y perseverancia

Una buena imagen es un elemento determinante para el buen desarrollo de cualquier actividad, de ahí la importancia en nuestros días del conocimiento y la aplicación de determinadas técnicas de comunicación como instrumentos hacia el propósito de aumentar el diálogo y cultivar al público, de tener de nuestro lado sus opiniones y actitudes, su confianza y colaboración, de alcanzar el éxito.

Y esas técnicas de comunicación se desarrollan en el ámbito de los Gabinetes de Comunicación.

La comunicación en las empresas siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. Al comienzo, con medios muy rudimentarios que con el paso del tiempo han ido evolucionando. Hasta en los tiempos primitivos, el jefe de la tribu necesitaba, además de la fuerza, habilidades comunicativas para ganarse la confianza y el apoyo de los demás miembros del grupo.

La historia de la comunicación aporta infinidad de datos acerca de cómo se ejercía la información o la comunicación en las empresas antes y después de la aparición de los medios masivos de comunicación. Se trata de un desarrollo de las técnicas de comunicación que nacen en la esfera pública, como procedimiento para captar voluntades y que posteriormente se trasladan al ámbito de la empresa privada.

Este periodista es consciente de la controversia surgida entre diversos teóricos de la comunicación respecto al sentido que dentro de la profesión del periodismo se asigna a los Gabinetes de Comunicación. No faltan voces que atribuyen a los mismos una función más próxima a la propaganda y al mensaje persuasivo propio de la publicidad que a la función social y de construcción democrática ligada a la profesión.

El desprestigio que a veces se observa en la labor ejercida por los Gabinetes de Comunicación es consecuencia de querer encubrir con dicha actividad maniobras propagandísticas o claros mensajes publicitarios.



De cualquier forma, los actuales Gabinetes de Comunicación operan en el ámbito de las Relaciones Públicas, un universo cada vez más interrelacionado con el mundo de la información, por lo que resulta imprescindible hacer un análisis de lo que son las RR.PP cuyo padre, Ivy Ledbetter Lee, escribió en su histórica Declaración de Principios de 1906 a los directores de los medios de comunicación de su ciudad lo que se considera el primer comunicado de prensa.



En el mismo, destacan afirmaciones como las que se relacionan:

*“No es una oficina de prensa secreta. Todo nuestro trabajo se hace a la vista. Nuestro objetivo es suministrarle noticias..”*

*“..Si creen que cualquiera de nuestras informaciones debería pasar por su sección de publicidad, no la utilicen Nuestras informaciones son exactas..”*

*“..nuestro plan es, franca y sinceramente, suministrar a la prensa y al público información rápida y exacta concerniente a temas cuyo conocimiento sea interesante para el público..”*

*“.. es tan importante para el público tener noticias como para las mismas organizaciones hacerlas circular..”*

*“.. envío sólo información contrastada y estoy dispuesto a colaborar con cualquier editor para que verifique por sí mismo..”*

Posteriormente, la creciente demanda social generó el florecimiento de estas oficinas. Una demanda que hay que relacionar con la implantación de la denominada cultura del marketing social. La sociedad pide a las empresas públicas, a las corporaciones y a los organismos públicos una rentabilidad social, y la manera de dar a conocerlas es utilizar, naturalmente con prudencia, los instrumentos que nos brindan las modernas técnicas de comunicación.

No es menos cierto que la profesión periodística atraviesa la que muchos consideran la peor crisis de su historia, y que en España se salda cada año con la pérdida de miles de empleos por el cierre o reestructuración de plantillas en medios de comunicación, mientras de las facultades salen promociones y promociones de periodistas titulados que entran a formar parte de un ‘ejército de reserva’ con escasas expectativas laborales, tanto por la escasez de vacantes como por la reducción de salarios y el incremento de la carga de trabajo.

Este escenario tiene como telón de fondo los cambios continuos de una sociedad con nuevos hábitos comunicativos y un horizonte tecnológico que parece no tener límites. Algunos expertos atisban la luz al final del túnel con la transformación digital de los medios tradicionales, en muchos casos ya en curso, y la mutación del profesional para su adaptación a las nuevas tendencias, amplificando destrezas hasta ser administrador de su marca y dueño de su negocio.

Así las cosas, los Gabinetes de Comunicación y su cada vez mayor protagonismo en el tejido empresarial público y privado de nuestro país, constituyen una de las escasas alternativas laborales para los periodistas de hoy, además de un campo profesional cada vez más especializado y exigente que, pese a todo, ofrece oportunidades tangibles para el ejercicio de la profesión.



## Introducción

Teatro Auditorio Riberas del Guadaira  
Naturaleza, estructura, actividad

El experto en comunicación *Joan Costa* define como empresa social a todo organismo o grupo humano organizado que emprende acciones sobre su entorno.

*“Todo grupo humano organizado con el fin de emprender algo que afecta a un público, a una audiencia o a una colectividad, y que con ello introduce cambios e innovaciones en ese entorno social”.*

El Teatro Auditorio Riberas del Guadaira (en adelante Auditorio) es una de esas empresas sociales que, con los públicos o capas sociales diversas a las que presta servicio, conforman un sistema total en una continua dinámica de comunicaciones recíprocas. Todos y cada uno de los elementos que difunde este recinto escénico son portadores, se quiera o no, de una determinada imagen pública la cual depende de cómo se organice y controle el conjunto de las comunicaciones.

La imagen pública de una empresa se configura como uno de los elementos determinantes para el buen desarrollo de sus respectivas actividades. Más exactamente, hablamos de la representación mental que se forma en la memoria colectiva de la gente y que es capaz de influir en los comportamientos de los públicos y modificarlos, hasta derivar en acciones de colaboración cuando la empresa lo precise.

De igual forma, las empresas de hoy son conscientes de la necesidad de adoptar nuevas formas de comunicación. No sólo por la evolución que ha experimentado la comunicación en sí misma, sino también por las variaciones de la economía y los mercados de bienes y servicios.

En este sentido, merece especial atención la importancia de las plataformas 2.0 en la actual sociedad de la información y la comunicación. Según afirma la profesora de la Universidad de Sevilla Noelia García Estévez en su libro ‘Redes sociales en Internet. Implicaciones y consecuencias de las plataformas 2.0 en la sociedad’, en comunicación social asistimos a un desarrollo continuo de soportes, formatos y lenguajes que han cambiado la manera de contar las cosas, de relacionarnos con los demás. La tecnología se ha integrado en nuestro ser e Internet ha reducido, más si cabe, el mundo pequeño al que se refirió hace casi medio siglo Stanley Milgram en su Small World Theory.

Pone el acento en cómo este “remolino” viene influyendo en las distintas disciplinas y ámbitos profesionales, incluido el de la comunicación y las múltiples variantes surgidas al rebufo de las nuevas herramientas digitales. Al respecto, destaca el protagonismo de las redes sociales como sitios en la web dotados de servicios y herramientas que posibilitan a las personas interactuar con otros usuarios, en sistemas abiertos que se construyen con lo que cada uno aporta.

Va más allá e incide en que ya no buscamos las noticias, sino que son ellas las que nos encuentran a nosotros. Somos testigos, artífices, de un nuevo tiempo, y estamos 'invitados' a adaptarnos, como hizo y hace la Iglesia por ejemplo, así como otras importantes corporaciones del planeta, observando las tendencias de los ciudadanos, adónde van y qué hacen..

Echando la vista atrás en el tiempo, Costa destaca la secuencia que describe el cambio de enfoque de las empresas a lo largo de la historia. Así, en los siglos XVIII y XIX asistimos a un industrialismo que se caracterizó por haber substituido la energía viva (de los animales y de los hombres) por la energía mecánica (producida por el vapor, el petróleo y la electricidad) Esto cambió radicalmente la producción, su organización y las técnicas que habrían de servir al ideal de productividad.

En este contexto, la imagen de empresa era admitida como un subproducto o residuo frente a lo que se consideraba sustancial, fabricar y vender cada vez más al mayor número posible de clientes.

Posteriormente, la multiplicación de la producción deriva en la preocupación de la empresa hacia la venta, y así como surgieron las técnicas de la productividad se desarrollaron las técnicas comerciales, publicitarias, investigacionales y mercadológicas. Ahí el objetivo principal era impulsar las ventas y desde esta exigencia empieza a cobrar forma la importancia y la necesidad de poseer una BUENA IMAGEN.

Entonces, a la saturación de la producción le sucede y le acompaña la saturación de la publicidad.. y es en este marco donde se pone en evidencia que hay algo tan importante como vender los productos: VENDER LA EMPRESA.

Poseer una buena imagen es positivo, deseable y hasta NECESARIO.

Como empresa de servicios escénicos y recinto para la celebración de actividades congresuales que acogen a un público masivo, el Auditorio ha de favorecer la comunicación e información al exterior, a los diferentes públicos a los que presta servicio, adaptándose a los posibles cambios de su entorno, que no son pocos.

Además, su dirección ha de permanecer vigilante con la realidad que le afecta, y disponer de la capacidad suficiente para adaptarse a las circunstancias novedosas que puedan surgir, abierto a una nueva concepción de la filosofía empresarial basada en la comunicación. Asimismo, prima su responsabilidad con la sociedad en la que desarrolla sus actividades, y con la que mantiene un diálogo permanente en el que destacan dos factores:

- El derecho de la sociedad a ser informada.
- La obligación de la empresa a informar a la sociedad.

La empresa del mundo actual ha visto ampliados considerablemente sus campos y sus responsabilidades mediante la incorporación del componente social. La empresa continúa conservando las responsabilidades de proporcionar a la sociedad bienes y servicios, contribuyendo al crecimiento económico general en consonancia con el nuevo marco de valores y demandas sociales, de expectativas, desde cuya satisfacción se contribuya al desarrollo social y socio-cultural.

Tengamos en cuenta que las responsabilidades sociales le vienen impuestas por la presión social, por lo que el enfoque de la comunicación de la empresa con su entorno social exigirá un planteamiento científico de la comunicación, así como la creación y mantenimiento dentro de la empresa de una infraestructura técnica y profesional adecuada a las dimensiones, objetivos y trascendencia de la tarea que se propone acometer.

La naturaleza de la empresa, el perfil del equipo directivo, su historia, su cultura, el entorno en el que evoluciona.. son otros tantos parámetros que conducen a uno u otro modo de encarar la comunicación.

El nexo de unión entre la identidad proyectada y la imagen percibida por los públicos es la COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, que determina los contenidos que ha de tener esa imagen y cuáles han de ser sus jerarquías respectivas ante los diferentes tipos de públicos con arreglo siempre a los objetivos pretendidos.

Vamos a abrir la puerta del Auditorio, pasen y vean..

### **Teatro Auditorio Riberas del Guadaira**

Naturaleza, estructura y actividad



El Auditorio es hoy en día uno de los más modernos y equipados complejos de artes escénicas de Andalucía. Se encuentra situado a escasos 12 km de Sevilla capital, en la localidad de Alcalá de Guadaira, en un marco incomparable como es la ladera del Castillo Mozárabe alcalaño e integrado en el bello paisaje de las riberas del río Guadaira, declarado Monumento Natural e inscrito en la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía.

El recinto dispone de más de 6.000 metros cuadrados dedicados a la organización de espectáculos con una programación permanente que destaca por su calidad y variedad, así como eventos y congresos a cargo de empresas y entidades público-privadas.

Esta superficie se la reparten el espectacular auditorio, el hall, seis salas para conferencias, sala de exposiciones, cuatro salas de formación, bar-cafetería, zonas de descanso y sala VIP. Todo esto lo convierte en un complejo avanzado y polivalente capaz de acoger simultáneamente encuentros o reuniones de diversa índole, tales como exposiciones, congresos, muestras monográficas y conciertos con el máximo nivel de calidad acústica y con capacidad hasta 1.500 personas.

El Auditorio forma parte de la Ciudad de la Cultura que se extiende a ambos lados del Recinto Fortificado y que completa la Biblioteca Pública Editor José Manuel Lara, situada en la margen derecha del Guadaira y junto al antiguo puente Carlos III.

Diseñado por el arquitecto gallego César Portela, fue inaugurado el 12 febrero de 2011 con una gran expectación por parte del público alcalaíno, de Sevilla capital y su área metropolitana, pues se situaba en el mapa a Alcalá de Guadaira como uno de las ciudades de referencia en la red de espacios escénicos más importantes de nuestro país.

Desde entonces y hasta la fecha actual, ha acogido multitud de espectáculos y eventos con gran repercusión tanto en los medios de comunicación generalistas como en los especializados en cultura.

El Auditorio es propiedad del Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira y está gestionado por la sociedad pública Innovar en Alcalá S.L.U. Rafael Blanco es el director-gerente responsable de la gestión del mismo, y responde a las directrices del consejero delegado de la sociedad pública, Javier Baigorri; y la presidenta de la misma y a su vez portavoz del Gobierno municipal, María José Borge.

El Pleno del Ayuntamiento aprobó en 2012 que la prestación del servicio del Auditorio recayese en una entidad distinta al propio Ayuntamiento, concretamente por la sociedad municipal referida.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 33.6 de la Ley 5/2010 de 11 de junio, se redactó una memoria acreditativa de “las ventajas que tendría la modalidad de prestación respecto a la prestación por la propia entidad local, que incluía un estudio económico-financiero del coste previsible de su implantación, en la cual se establecía la necesidad de prever, al menos los cinco primeros años, en el presupuesto municipal partidas que compensen el déficit previsto inicialmente”.

Los servicios de programación, limpieza, asistencia técnica escénica, comunicación y publicidad, marketing, *ticketing*.. etc. se cubren con recursos propios de la sociedad Innovar en Alcalá y mediante empresas externas, según necesidad.

A continuación se relacionan los espectáculos y eventos desarrollados en el Auditorio desde la fecha de su inauguración hasta la actualidad. Son más de 100 convocatorias entre las que se incluyen desde espectáculos de las más variadas disciplinas artísticas hasta actos públicos como ruedas de prensa, congresos, convenciones y encuentros a cargo de empresas tanto públicas y privadas.

Esta relación nos ayuda a dimensionar la repercusión de este nuevo Auditorio y de cómo, en corto espacio de tiempo, ha conseguido posicionarse entre los más destacados recintos escénicos de capacidad media en el territorio andaluz y español.



*Actividades realizadas en el Auditorio por orden cronológico y categoría desde su apertura en febrero de 2011*

<b>Fecha</b>	<b>Categoría</b>	<b>Espectáculo</b>
<i>11-12 febrero 2011</i>	BALLET FLAMENCO	<i>Ballet nacional</i>
<i>17-18 febrero 2011</i>	TEATRO	<i>Trampa Mortal</i>
<i>19 febrero 2011</i>	TEATRO	<i>Sexos</i>
<i>22-23-24-25-26-27 febrero 2011</i>	MUSICAL	<i>Hoy no me puedo levantar "Mecano"</i>
<i>28 febrero 2011</i>	MÚSICA Copla	<i>Se llama Copla</i>
<i>3 marzo 2011</i>	CLÁSICA	<i>Los Chicos del Coro</i>
<i>11 marzo 2011</i>	TEATRO	<i>Ricardo III "Premio Nacional de Teatro"</i>
<i>12 marzo 2011</i>	MÚSICA	<i>Pastora Soler</i>
<i>20 marzo 2011</i>	INFANTIL Humor	<i>Uyyyyyy ... Teatro infantil</i>
<i>24 marzo 2011</i>	TEATRO	<i>Día Mundial del Teatro</i>
<i>25 marzo 2011</i>	OPERA	<i>Tosca</i>
<i>26 marzo 2011</i>	MÚSICA	<i>Jorge Drexler</i>
<i>27-28 marzo 2011</i>	MÚSICA	<i>Miguel Poveda</i>
<i>30-31 marzo y 1 abril 2011</i>	CONGRESO	<i>Congreso Ciudades Educadoras</i>
<i>3 abril 2011</i>	MUSICAL INFANTIL	<i>Mago de Oz</i>
<i>5-6-8 abril 2011</i>	CLÁSICA Escolares	<i>Conciertos Escolares Orquesta Barroca</i>

7 abril 2011	MÚSICA	<i>Cantores de Hispalis “La pasión según Andalucía”</i>
9 abril 2011	TEATRO	<i>100 m2 (M<sup>a</sup> Luisa Merlo)</i>
10 abril 2011	CORPORATIVO	<i>Pregón de Semana Santa 2011</i>
14-15-16-17 abril 2011	MUSICAL	<i>Mammamia</i>
27 abril 2011	CONGRESO	<i>Congreso Jóvenes mediadores</i>
28-29 abril 2011	CONGRESO	<i>Congreso ATICUS</i>
30 abril 2011	HUMOR	<i>Los Morancos “Más Morancos que nunca”</i>
8 mayo 2011	TEATRO INFANTIL	<i>El Truco de Olej</i>
12 mayo 2011	MÚSICA	<i>David Bustamante</i>
14 mayo 2011	TEATRO	<i>Historia de un Karaoke</i>
17 mayo 2011	CLÁSICA CORPORATIVO	<i>Concierto 25 aniversario I.E.S. Galván Conservatorio Fco. Guerrero Sevilla</i>
27-28 mayo 2011	ZARZUELA	<i>Antología de la Zarzuela ¡¡ SUSPENDIDO !!</i>
11 junio 2011	FLAMENCO	<i>Juan Peña “El Lebrijano”</i>
17 junio 2011	MÚSICA COPLA	<i>Se llama Copla (Canal Sur).</i>
24-25 junio 2011	BAILE	<i>Javier Barón</i>
30 junio 2011	TEATRO	<i>La Choni “Por la gloria de mi mare”.</i>
4 noviembre 2011	MÚSICA	<i>Dorantes en concierto</i>

12 noviembre 2011	MÚSICA	<i>David Bisbal</i>
13 noviembre 2011	TEATRO	<i>Shirley Valentine (Veronica Forqué).</i>
15-16-17 noviembre 2011	CLÁSICA Escolares	<i>Conciertos Escolares "El metal y sus colores".</i>
19 noviembre 2011	TEATRO HUMOR	<i>Cineclown 3D</i>
22 noviembre 2011	ALQUILER COPLA PASE MODELOS	<i>Cristian Lay y Canal Sur</i>
25 noviembre 2011	TEATRO	<i>A Solas</i>
1 diciembre 2011	GALA	<i>Gala Unicef y Canal Sur</i>
3 diciembre 2011	CLÁSICA	<i>Carmina Burana Orquesta Joven Fco. Guerrero Coro Sta. Mª de la Victoria</i>
8-9-10-11 diciembre 2011	CONGRESO	<i>AEFONA Congreso Internacional de Fotografía de Naturaleza.</i>
12 diciembre 2011	CORPORATIVO	<i>Club de la Lectura Alcalá Educa</i>
14 diciembre 2011	CONGRESO	<i>Congreso Provincial de Abuelas Cuidadoras</i>
16 diciembre 2011	MÚSICA	<i>Luis Eduardo Aute</i>
20 diciembre 2011	MÚSICAL INFANTIL	<i>Patito Feo</i>
22-23 diciembre 2011	MUSICAL	<i>Musical ABBA</i>
26 diciembre 2011	MÚSICA	<i>Recital Villancicos Manuel Lombo</i>
15 enero		<i>Viaje fantástico a África</i>



2012	MUSICAL OBRA BENEFICA	
24-25 enero 2012	TEATRO	<i>Jornadas provinciales de Teatro para mayores.</i>
26-27 enero 2012	BALLET CLÁSICO	<i>El lago de los cisnes</i> <b>BALLET IMPERIAL RUSO</b>
28 enero 2012	BALLET CLÁSICO	<i>Cascanueces</i> <b>BALLET IMPERIAL RUSO</b>
16-17-18-19 febrero 2012	MUSICAL	<b>40 El Musical</b>
25 febrero 2012	TEATRO	<b>5 Horas con Mario</b> <b>“Natalia Millan”.</b>
28 febrero 2012	ÓPERA	<b>La Boheme</b>
4 marzo 2012	CONCIERTO BANDAS CORPORATIVO OBRA BENEFICA	<b>Evocatio</b>
10 marzo 2012	ALQUILER	<b>Congreso de Salsa</b>
16-17 febrero 2012	MÚSICA	<b>Sergio Dalma</b>
24 marzo 2012	MUSICAL INFANTIL	<b>Pinocho</b>
25 marzo 2012	CORPORATIVO	<b>Pregón de Semana Santa 2012</b>
31 marzo 2012	TEATRO	<b>Caramelo</b>
20 abril 2012	MÚSICA	<b>Pastora Soler</b>
21 abril 2012	HUMOR	<b>Los Morancos</b> <b>“Risoterapia”</b>
11 mayo 2012	MÚSICA	<b>Raphael</b>

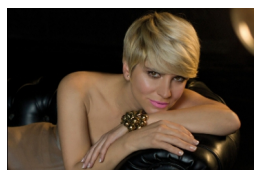
19-20 mayo 2012	MUSICAL INFANTIL	<i>Peter Pan</i>
26 mayo 2012	MÚSICA	<i>Diana Navarro</i>
9 mayo 2012	ÓPERA	<i>El Barbero de Sevilla</i>
23 junio 2012	ALQUILER	<i>Clausura Curso Academia "Siente el ritmo"</i>
24 junio 2012	ALQUILER	<i>Clausura Curso Academia "Grand Allegro"</i>
28 junio 2012	CONGRESO	<i>III encuentro Medio Ambiental y Sostenibilidad</i>
30 junio 2012	JAZZ	<i>Stanley Jordan</i>
4 julio 2012	MUSICA	<i>Luis Fonsi</i>
19-20 Septiembre 2012	ENCUENTRO JORNADAS	<i>Jornada de Transferencia de resultados Encuentro de trabajo europeo en material social y de empleo en zonas de integración urbana</i>
6 Octubre 2012	MUSICA	<i>Laura Gallego</i>
7 Octubre 2012	MUSICAL INFANTIL	<i>La Cenicienta</i>
19 Octubre 2012	MUSICA	<i>BUSTAMANTE</i>
28 Octubre 2012	MAGIA	<i>Jorge Blass</i>
4 Noviembre 2012	JAZZ	<i>Kenny Garret</i>
10 Noviembre 2012	HUMOR	<i>El Club de los Increíbles DANI ROVIRA</i>
12-13-15 Noviembre 2012	Mesas temáticas	<i>Alcalá Imnova</i>

16 Noviembre 2012	OPERA	<i>Carmen</i>
24 Noviembre 2012	TEATRO	<i>Rafael Álvarez "El Brujo"</i>
25-26-27-28 Noviembre 2012	MUSICA GALA	<i>Grabación de las Galas de Navidad y Fin de Año de Canal Sur TV</i>
1 Diciembre 2012	MUSICA	<i>Manuel Carrasco</i>
15 Diciembre 2012	MUSICA	<i>Pasión Vega</i>
22 Diciembre 2012	CLASICA	<i>Concierto de Navidad</i>
18, 19 y 20 de Enero 2013	BALLET CLÁSICO	<i>Ballet Imperial Ruso</i>
28 de Febrero 2013	SEVILLANAS	<i>Cantores de Híspalis y Pascual González</i>
8 Marzo 2013	ÓPERA	<i>Nabucco, ópera de Verdi</i>
9 y 10 de Marzo 2013	MÚSICA	<i>Vanessa Martín</i>
12 de Abril 2013	MÚSICA	<i>Andy y Lucas</i>
29 de Abril 2013	MÚSICA	<i>Tamara en concierto</i>
18, 19 y 20 de Enero 2013	BALLET CLÁSICO	<i>Ballet Imperial Ruso</i>
2 de Febrero 2013	MUSICAL	<i>'No tengáis miedo', musical dedicado a Juan Pablo II</i>
9 de Febrero	FLAMENCO CONTEMPORÁNEO	<i>Carmen</i>
28 de Febrero 2013	MÚSICA	<i>Cantores de Híspalis y Pascual González La Pasión según Andalucía</i>
8 de Marzo 2013	ÓPERA	<i>Nabucco, ópera de Verdi</i>
9 y 10 de Marzo 2013	MÚSICA	<i>Vanessa Martín 'Cuestión de piel'</i>

<i>12 de Abril 2013</i>	MÚSICA	<i>Andy y Lucas ‘El ritmo de las olas’</i>
<i>23 de Abril 2013</i>	TALENT SHOW PROMOCIÓN	<i>Casting Tamara ‘Si nos dejan’</i>
<i>27 de Abril 2013</i>	MÚSICA	<i>Tamara ‘Íntimo’</i>
<i>4 de Mayo 2013</i>	MUSICAL INFANTIL	<i>El Libro de la Selva</i>
<i>10 de Mayo 2013</i>	HUMOR	<i>‘El club de la comedia’</i>
<i>24 de Mayo 2013</i>	MÚSICA	<i>Pitingo</i>
<i>23 de Junio 2013</i>	DANZA	<i>Alicia en el país de las maravillas Danza Grand Allegro</i>
<i>25 de Junio 2013</i>	TALENT SHOW PROMOCIÓN + PROGRAMA RADIO	<i>Casting Chenoa ‘Todo irá bien’ + Programa de Onda Cero ‘Sevilla en la Onda’</i>
<i>28 de Junio 2013</i>	MÚSICA	<i>Concierto Chenoa</i>
<i>28 de Septiembre 2013</i>	FLAMENCO	<i>XXXIII Festival Flamenco Joaquín el de la Paula</i>
<i>5 de Octubre 2013</i>	MÚSICA	<i>Concierto India Martínez ‘Otras verdades’</i>
<i>19 de Octubre 2013</i>	MUSICAL INFANTIL	<i>‘Aladín, un musical genial’</i>
<i>2 de Noviembre 2013</i>	MÚSICA	<i>Merche ‘Un mundo de colores’</i>
<i>9 de Noviembre 2013</i>	HUMOR	<i>Manu Sánchez ‘El Rey Solo’</i>
<i>11 de Noviembre 2013</i>	PROGRAMA RADIO	<i>Programa conmemorativo aniversario Canal Sur Radio</i>
<i>14 de Noviembre 2013</i>	ACTO LITERARIO	<i>Club de las Mujeres Lectoras</i>
<i>18 de Noviembre 2013</i>	ACTO INSTITUCIONAL	<i>Entrega de premios Fed. Sevillana de Fútbol</i>

	+ PROGRAMA RADIO	+ <i>'La cámara de los balones'</i>
28 de Noviembre 2013	ÓPERA	<i>'La Traviata', Ópera de Verdi</i>
30 de Noviembre 2013	HUMOR	<i>Manu Sánchez 'El Rey Solo'</i>
2 y 3 de Diciembre 2013	GRABACIÓN PARA TV	<i>Grabación de los programas especiales de Nochebuena y Nochevieja de Canal Sur TV</i>
13 de Diciembre 2013	CONCIERTO	<i>Concierto del Coro EntreOlivos 'Una Navidad de Cine'</i>
15 de Diciembre 2013	COPLA	<i>Álvaro Vizcaíno y Marta Quintero 'Al compás de la Navidad'</i>
20 de Diciembre 2013	TEATRO	<i>Miriam Díaz Aroca y Belinda Washington 'Ni para ti ni para mí'</i>
22 de Diciembre 2013	MÚSICA	<i>Concierto de AURYN 'Antihéroes'</i>
28 de Diciembre 2013	MUSICAL	<i>'Cuento de Navidad'</i>
24 de Enero 2014	COPLA	<i>Jonathan Santiago 'Recordando a Marifé'</i>
31 de Enero 2014	CARNAVAL	<i>Los Ladrones y Los Trovadores</i> + <i>Exposición 25 aniversario Carnaval de Alcalá</i>
1 de Febrero 2014	CARNAVAL	<i>Los Ladrones y Los Trovadores</i>
14 de Febrero 2013	CARNAVAL	<i>Los Ladrones y Los Trovadores</i>
15 de Febrero 2014	MUSICAL INFANTIL	<i>Blancanieves, el Musical</i>
21 de Febrero 2013	ÓPERA	<i>'Las Bodas de Fígaro'</i>
23 de Febrero 2014	CARNAVAL	<i>Los Ladrones y Los Trovadores</i>

28 de Febrero 2013	COPLA	<i>‘Se llama copla’, especial Día de Andalucía</i>
11, 12 y 13 de Marzo 2014	MÚSICA	<i>Ciclo de la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla</i>
22 de Marzo 2013	MÚSICA	<i>El Arrebato ‘Campamento Labandón’</i>
29 de Marzo 2014	DANZA	<i>Compañía de danza Paso a Paso ‘Romeo y Julieta’</i>
6 de Abril 2014	SEMANA SANTA	<i>Pregón de Semana Santa de Alcalá de Guadaíra</i>
10 de Mayo 2013	ZARZUELA	<i>Compañía Lírica de Andalucía con ‘La Verbena de la Paloma’</i>
14 de Mayo 2014	ROAD SHOW	<i>Jornada escolar campaña Fotoprotégete bien de la firma ISDIN</i>
19 de Mayo 2013	ACTO PÚBLICO	<i>Jornada de Empleabilidad del Ayuntamiento de Alcalá de Guadaíra</i>
24 de Mayo 2014	MÚSICA	<i>‘Eterno Camarón’</i>



## Matriz DAFO

El Auditorio tiene una clara vocación metropolitana y regional. Se ubica en un territorio en el que coexisten otros grandes recintos escénicos. Este y otros aspectos se relacionan en la siguiente matriz DAFO para el análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del recinto escénico alcalaño:

	positivo	negativo
<b>análisis interno</b>	<b>fortalezas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación en entorno monumental y medioambiental. Junto al puente alegórico El Guardián del Castillo ‘Puente del Dragón’.</li> <li>• Bien conectado con Sevilla capital y Aeropuerto, próximo a municipios de la comarca de Los Alcores</li> <li>• Aúna innovación y tradición. Se enclava a las faldas del Recinto Fortificado y está dotado de cuevas naturales asociadas al flamenco.</li> <li>• Modernas instalaciones para 900 espectadores, amplios espacios, dotados con la última tecnología audiovisual y amplia zona de <i>parking</i> a pocos metros de la entrada.</li> <li>• Las dimensiones adecuadas para un mayor disfrute de los espectáculos, dada la cercanía con el espectador que propicia la distribución del aforo.</li> <li>• Sus proporciones lo convierten en el escenario preferido para ‘probar’ nuevas producciones de artistas de primer nivel, convirtiéndolo así en el Auditorio de los estrenos.</li> </ul>	<b>debilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción reciente y, por tanto, desconocido para gran parte del público.</li> <li>• Imagen conceptual negativa, proyectada de forma intencionada por grupos opositores al gobierno municipal.</li> <li>• La dirección del teatro (c/ Pelay Correa) no aparece de manera correcta en el <i>google maps</i>.</li> <li>• Desconocimiento de espectáculos temáticos por parte de públicos específicos.</li> <li>• La falta de un presupuesto potente para la contratación de espectáculos a <i>caché</i> y la cobertura publicitaria a través de un plan de medios continuado.</li> </ul>
<b>análisis externo</b>	<b>oportunidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventajas sobre otros recintos escénicos del territorio peor dotados, o demasiado grandes para determinados espectáculos. Esto permite captar actuaciones y eventos que no encajan en aquellos espacios.</li> <li>• La acogida de congresos y eventos multitudinarios (no escénicos) a cargo de empresas e instituciones</li> </ul>	<b>amenazas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacios escénicos de nueva construcción como el Auditorio de FIBES en Sevilla, de mayor aforo (más de 2.500 asientos) que lo hace más atractivo para espectáculos más demandados.</li> <li>• La competencia programática de recintos ya consolidados como el Teatro Central, el Lope de Vega o el</li> </ul>

	<p>tanto públicas como privadas de Andalucía, del resto de España e incluso de fuera del país.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escenario de grabaciones a cargo de artistas y programas de TV, como los realizados para los especiales de fin de año de Canal Sur TV.</li> <li>• La promoción cultural, turística y económica de la ciudad, que ve incrementado el número de visitas con público proveniente de toda la corona metropolitana y otros puntos de Andalucía y de España.</li> </ul>	<p>Maestranza de Sevilla.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La subida del IVA en los espectáculos, que supone una subida en el precio de las entradas y la lógica disminución en la asistencia de público en una época de crisis.</li> </ul>
--	---	---

#### Situación de partida – *hándicaps*

- A nivel interno, en el ámbito de Alcalá de Guadaíra (municipio con casi 75.000 habitantes) el recinto se ha asociado a conceptos peyorativos promovidos por grupos opositores al Gobierno municipal, aduciendo la excesiva inversión económica realizada para la construcción la instalación cultural en tiempos de crisis. Por contra, el Auditorio es una oportunidad para la proyección cultural y turística del municipio, además de favorecer un retorno económico a medio y largo plazo merced a las visitas que se producen por la asistencia a espectáculos por parte de público de fuera de la ciudad. Sólo en 2012 se contabilizaron casi 30.000 espectadores al Auditorio, y sólo en el primer trimestre de 2014 se han contabilizado 10.000 espectadores. La organización de espectáculos de primer orden sitúa a Alcalá en el mapa escénico del país, más aún cuando el recinto se denomina con parte del topónimo de la ciudad: Riberas del Guadaíra.
- La programación tiene un consumo mayoritario de público de fuera de Alcalá, en la que hay una parte con un concepto del Auditorio como de un recinto con espectáculos cuya entrada está fuera de su poder adquisitivo, sobre todo por comparación relativa con la oferta del otro teatro de la ciudad (Gutiérrez de Alba – 400 pax.) con una programación más asequible. Asumiendo que la cultura y los espectáculos de calidad tienen un precio, el Riberas del Guadaíra fomenta la asistencia de un público de distintos niveles, pues programa espectáculos con diferentes tarifas y al alcance de todas las economías.
- La competencia de recintos escénicos en el territorio se ha incrementado con la apertura del Auditorio del Palacio de Congresos y Exposiciones (FIBES), cuyo aforo para más de 2.500 personas le otorga ventajas para la programación de espectáculos más comerciales y con mayor demanda por parte del público. También hay que destacar la especialización del resto de teatros que funcionan en la capital hispalense, así como el mayor respaldo económico de los mismos, cuya gestión recae en administraciones con mucho más presupuesto que la empresa pública alcalaíña que gestiona el Auditorio.
- Otra circunstancia a tener en consideración es que por la falta de fondos económicos suficientes se ha optado por una nueva política de funcionamiento del Auditorio,



implantada en la primavera de 2013, por la que se abandona la fórmula de programar a caché pasándose a ofrecer el recinto en alquiler por un precio cerrado o a compartir la taquilla con un porcentaje mayor para la compañía promotora del espectáculo, oscilando el reparto entre 80-20 y 70-30 %.

- Si bien desde su apertura se ha llevado a cabo una potente campaña de comunicación y publicidad, coincidente con los grandes hitos programáticos, hasta hace unos meses el Auditorio no contaba con un plan estratégico de comunicación integral (PECI) que estableciese las pautas de marketing, comunicación y posicionamiento ante los diferentes públicos a los que afecta su servicio cultural. En la actualidad, carece del presupuesto necesario para acometer un plan de medios continuado en el tiempo y en sincronía con su programación anual, la cual se ve interrumpida en los meses de verano (julio y agosto)

### **Segmentación. Públicos analizados**

En efecto el Auditorio es un organismo organizado que emprende algo que afecta a un público, a una audiencia o colectividad, que introduce cambios e innovaciones en ese entorno social.

Y así es, afecta porque introduce cambios en un público con el que, de manera permanente, mantiene un flujo de comunicación que va configurando la imagen pública del Auditorio.

Es una imagen que Justo Villafañe define como el resultado de la integración en la mente de LOS PÚBLICOS con los que el Auditorio se relaciona, de un conjunto de imágenes que, con mayor o menor protagonismo, el Auditorio consigue proyectar hacia el exterior.

Y en tal sentido resulta fundamental la contribución de los PÚBLICOS en la elaboración de esa imagen. Es lo que los expertos denominan la gestalt corporativa, que conlleva a un proceso de conceptualización por parte del receptor, quien metaboliza un conjunto de impulsos transmitidos por el Auditorio de modo que la última imagen que se va a configurar no depende en lo esencial de los estímulos promovidos por el Auditorio, sino del proceso conceptualizador del individuo.

Empleamos el término en plural (PÚBLICOS) porque los destinatarios de nuestros mensajes son varios, diversos. Son activos y colaboradores, no meros objetos de la acción comunicativa. Destacan por ser dinámicos, en cambio constante, de ahí la necesidad de investigarlos constantemente para comprenderlos y poder anticiparnos a sus expectativas.

En resumen, hablamos de un público que son muchos PÚBLICOS, que destaca por su composición heterogénea, de ahí que no es válido un procedimiento uniforme. Cada público y situación requiere su propia ‘receta’ o estrategia comunicativa.

Lo primero es segmentarlos, identificarlos. Vamos a conocer cuáles son los públicos del Auditorio Riberas del Guadaíra, trazaremos un plan para alcanzarlos y llevaremos a cabo las acciones oportunas para, al fin, hacer un balance de los resultados obtenidos.

*Personal de trabajo del Teatro Auditorio.-*



Tiene como principal denominador común su vínculo laboral con el recinto escénico. Abarca desde la cúpula política y técnica ejecutiva hasta el personal técnico de base y empresas de servicios y suministros (técnicos de iluminación y sonido, tramoya, seguridad, limpieza, azafatas, programación artística, comunicación, publicidad.. etc.) Su número supera las 30 personas.

Como grupo anejo se puede incluir el resto de trabajadores públicos municipales, destacados en otros departamentos, y con gran influencia en aquellos otros públicos a los que presta servicio, como por ej. Urbanismo, Servicios Urbanos, Fiestas Mayores, Juventud, Deportes.. etc.

**Objetivo:** Se pretende informar, motivar e integrar al personal. En esencia, fomentar la cultura empresarial del Teatro Auditorio y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a un proyecto de gran envergadura.

**Acción 1:** Incluirles en la base de datos para el recibo de impactos en medios de comunicación (prensa escrita y *on line*, radio y tv) y del boletín electrónico editado periódicamente por la página web corporativa.

**Acción 2:** Invitarles a participar en la página en *facebook* y al perfil en *twitter* del Auditorio.

**Acción 3:** Hacerles partícipes y darles a conocer la organización de visitas, inauguraciones y/o exposiciones realizadas en el recinto a cargo de colectivos, escolares y estudiantes o turistas, entre otros grupos.

**Acción 4:** Envío de cartas, circulares, correos-e, informes coincidentes con hitos estacionales (fin de año, vuelta de vacaciones.. etc.) o claves en la gestión del recinto.

**Acción 5:** Elaborar y enviar a responsables del organigrama político, nivel técnico superior del Ayuntamiento de Alcalá y la empresa encargada de la gestión del Auditorio comunicados de prensa y resúmenes de prensa (*press book*) con información favorable al mismo y que sean de interés público general.

### *Instituciones.-*

Este público lo conforman responsables políticos y técnicos de las instituciones afectadas por el servicio del Auditorio, las empresas y personas relacionadas con las artes escénicas, la organización de congresos y eventos empresariales así como los medios de comunicación generalistas y los especializados en cultura y en economía:

- Ayuntamiento de Alcalá de Guadaíra.
- Ayuntamientos de ciudades del resto de la corona metropolitana.
- Diputación Provincial.
- Junta de Andalucía.
- Gobierno central.
- Programadores, compañías y asociaciones artísticas, representantes y artistas.
- Escuelas y conservatorios de música y danza de Andalucía occidental.
- Otros recintos escénicos de Sevilla y provincia así como del resto de Andalucía.
- Tourop operadores y asociación de agencias de viajes, grandes empresas de la provincia y empresas dedicadas a la organización de congresos, entre otras similares.

**Objetivo:** Incrementar los niveles de prestigio y la aceptación de estos segmentos de público hacia el Auditorio, en su doble vertiente de espacio escénico y congresual. Sobre esto último, se hace necesario un sobreesfuerzo de comunicación para dar a conocer sus posibilidades como instalación para la organización de este tipo de eventos, ya que el Auditorio se le conoce sobre todo como instalación únicamente escénica.

**Acción 1:** Elaborar una base de datos con las direcciones de correos electrónicos de los representantes y/o responsables de las entidades relacionadas, al objeto de especificar los mensajes y adecuarlos a los diferentes segmentos o grupos creados, que les hará llegar mediante:

- Boletines electrónicos (*newsletter*) Al menos uno al mes con información favorable al Auditorio y de interés público.

**Acción 2:** Propiciar la visita de responsables de instituciones y organismos públicos y privados a espectáculos y eventos puntuales, por su condición desde el poder de decisión que detentan, de constituirse en potenciales colaboradores de la actividad del Auditorio.

**Acción 3:** Elaborar folletos y cartelería con la programación de espectáculos del Auditorio, y distribuirla entre programadores turísticos, hoteles, escuelas, conservatorios y academias de Sevilla capital y su área metropolitana.

### *Medios de Comunicación*

Por su doble condición de instrumentos y público, los MMCC se presentan como un ente necesario para lograr una buena imagen de empresa. Desempeñan un papel fundamental en la creación de dicha imagen, ya que son los encargados de transmitir la realidad a las masas.

**Objetivo:** Lograr una imagen positiva del Auditorio por parte del gran público mediante la colaboración activa que pretendemos mantener con ellos.

**Acción 1:** Confeccionar una agenda, que se actualizará de forma periódica, en la que estarán presentes los MMCC y a los que enviaremos comunicados y convocaremos para ruedas de prensa, entre otras acciones. Nuestro Gabinete estará siempre disponible para facilitar cualquier información requerida por la prensa generalista y especializada en cultura.

**Acción 2:** Elaborar comunicados de prensa con información favorable del Auditorio y de interés público a medios de comunicación generalistas y especializados. También se convocarán ruedas de prensa para la presentación de contenidos programáticos y/o eventos de interés público a medios de comunicación generalistas y especializados.

**Acción 3:** Organizaremos visitas de prensa para aquellos profesionales de los medios interesados en conocer cualquier detalle de nuestro Auditorio.

Además, invitaremos a diversos espectáculos a los periodistas culturales de los principales diarios sevillanos que como El Diario de Sevilla, El Correo de Andalucía o ABC, para que realicen una amplia cobertura de las diversas representaciones que tienen lugar en el Auditorio.

**Acción 4:** Para no olvidarnos de los medios locales, no mantendremos ningún trato de favor con ellos, ya que toda nuestra información estará disponible para quien la solicite, pero sí que realizaremos ejercicios de transparencia para mostrar al pueblo que el Auditorio tiene un efecto beneficioso para su entorno; con un retorno social y económico de la inversión mediante una programación que atrae de manera permanente a un público que visita, conoce y gasta su dinero en Alcalá de Guadaíra.

#### *Público de Sevilla capital y su provincia*

El Auditorio destaca por una programación variada y de calidad a cargo de artistas de primer orden nacional e internacional en disciplinas que van desde la canción melódica, de autor, flamenco, teatro, danza, ópera o musicales, entre otros. Muchos de estos espectáculos están dirigidos a segmentos muy concretos de público, con gustos específicos.

Asimismo, se ha comprobado que entre un 70 y un 60% de los espectadores del Auditorio proceden de Sevilla capital y otros municipios cercanos a Alcalá de Guadaíra. Según un estudio del departamento municipal de Turismo, casi 30.000 personas pasaron en 2013 por este recinto escénico para asistir a alguno de sus espectáculos y/o eventos desde su apertura. Sólo en el primer trimestre de 2014, se alcanzaron los 10.000 espectadores.

A tenor de la fuerte competencia con otros espacios escénicos cercanos, el incremento del IVA en el precio de entradas para espectáculos, la incidencia de la crisis económica y la consecuente fluctuación permanente, se hace necesario investigar continuamente al público para comprender y mantenerse por delante de sus tendencias en este ámbito. Además, el consumo cultural, y en concreto la adquisición de entradas para un espectáculo, es un gasto más emocional que racional y depende en gran medida del lugar que ocupe el/los artista/s en el ‘corazón’ del espectador.

Todos y cada uno de los estratos de público son susceptibles de ser impactados con mensajes a fin de influirles y generar en ellos un clima de confianza y adhesión a las propuestas, principalmente escénicas, del Auditorio alcalaíno.

Una buena comunicación por parte de nuestro Gabinete a este segmento del público es fundamental para atraer a un mayor número de espectadores, hecho que a su vez repercutirá positivamente en los servicios del Auditorio.

**Objetivo:** Es incrementar la calidad y cantidad de impactos entre los públicos de Sevilla capital y su corona metropolitana para, gracias a la programación de espectáculos, favorecer un aumento en la asistencia de público al Auditorio.

**Acción 1:** Los mensajes y acciones se tienen que adaptar al perfil del *target* o público destinatario, ya que no es lo mismo comunicar un concierto de David Bisbal que la representación del Lago de los Cisnes a cargo del Ballet Imperial Ruso.

Para ello, localizaremos a las asociaciones culturales del entorno y las incluiremos en nuestra agenda de comunicación, con la finalidad de comunicarle solamente las informaciones que puedan interesarle y que no reciban un incesante número de mensajes por nuestra parte que genere reactancia por exceso y una mezcla de despersonalización y afán comercial por parte del Auditorio.

**Acción 2:** Visitas al Auditorio por parte de un número representativo de colectivos ciudadanos, unas semanas antes del espectáculo con el fin de acercarnos a ese público y darnos a conocer.

**Acción 3:** Crear el colectivo ‘Amigos del Auditorio’, entre cuyos integrantes –inscritos al mismo de forma voluntaria- se aplicarán estrategias de CRM (*Costumer Register Mannagement*) para reforzar la fidelidad a la programación anual del Auditorio mediante:

- Cartas de felicitación por cumpleaños, con regalo de entradas o descuentos en su adquisición.
- Comunicaciones personalizadas por correo-e de promociones y descuentos por compra anticipada o para grupos etc.
- Información preferente sobre los próximos espectáculos programados.

**Acción 4:** Información exterior a través de OPI (*Optical Point Information*) o ‘monolitos’, cartelería y folletos en lugares con presencia masiva de público en puntos estratégicos de Alcalá, Sevilla capital y ciudades próximas como Dos Hermanas, Mairena del Alcor y del Aljarafe.

### *Público local*

El Auditorio ha creado división de opiniones entre la población local. La gente se cuestiona la utilidad y la finalidad de un edificio de tal envergadura, que ha supuesto una gran inversión económica en tiempos de crisis y en un entorno clave como es el conjunto histórico de la ciudad.

**Objetivo:** Lograr una imagen favorable del Auditorio entre la comunidad local y mostrar que es un proyecto que pretende situar a Alcalá en un lugar privilegiado dentro del mapa escénico del país, con un efecto positivo para incentivar el turismo y favorecer la economía del término.

**Acción 1:** Jornadas de puertas abiertas con carácter mensual para que cualquier vecino que lo desee se pueda acercar al complejo, conocerlo y resolver todas sus dudas.

**Acción 2:** Crear una base de datos de personas que, de manera voluntaria, deseen recibir de forma permanente en sus correos electrónicos información sobre la programación de espectáculos del Auditorio y comunicar BTL (*Below The Line*) con herramientas:

-*Newsletter* o boletín electrónico desde la página web del Auditorio.

-Información en la página y perfil del Auditorio en *facebook* y *twitter*, previa invitación a las personas de la base de datos.

**Acción 3:** ATL (*Above The Line*) publicación de noticias, reportajes y/o entrevistas en medios de comunicación masivos (prensa, prensa *on line*, radio y televisión) relativos a espectáculos y/o artistas programados en el Auditorio.

## **Web social 2.0**

La totalidad de PÚBLICOS analizados forman parte de la denominada *web* social 2.0, impuesta por la evolución de las nuevas tecnologías de la comunicación y los hábitos y usos adquiridos por la mayoría para informarse y encontrarse con sus semejantes.

Ahí es donde el Auditorio activa una versión adaptada del Departamento de Comunicación *On Line*, desde el que realiza su actividad en la red. Para ello se vale de medios que contribuyen a la generación de un espacio diferente de comunicación, una especie de punto de encuentro en el que confluyen los seguidores de los artistas y habituales espectadores del Auditorio, allí donde disfrutan, comparten y se reconocen como parte integrante de una marca de la que sentirse orgullosos.

La cibercomunicación se ejerce en diferentes grados que, a su vez, posibilita más o menos interacción con los públicos:

-Gabinete On Line 1.0 y algo más.. Nos valemos de la web del Auditorio para incluir información, así como *email* de contacto. Abarca contenidos estáticos y dinámicos (noticias y enlaces a nuevos espectáculos) pero no posibilitan ningún tipo de interacción en el entorno virtual.

-Gabinete Transparente 2.0, por el que se crea un espacio de comunicación colaborativo en el que, emisores y receptores incluso comparten la tarea de configurar los mensajes. Entonces la información se produce a través del Gabinete y/o mediante los *netizens* (ciudadanos en internet)

Internet ofrece grandes ventajas para el *feedback* y para avanzar en una comunicación que va de lo masivo a lo interpersonal, con el valor añadido que conlleva para el destinatario del mensaje. Permite además una expresividad multimedia (textos, fotografías y vídeos), simultaneidad e hipertexto.

Aprovechando la sincronía de los mensajes y el alcance masivo y unipersonal de los mismos a través de los nuevos dispositivos hábiles y portables como teléfonos inteligentes, tabletas y ordenadores, el Auditorio aplica una comunicación digital desde sus perfiles y páginas en redes sociales que hace especial hincapié en las imágenes que generan sus espectáculos, y de las que son partícipes tanto los artistas como el público asistente.

Así, es habitual que se lleven a cabo entre otras acciones, las siguientes:

- Galerías fotográficas en la página de *facebook* del Auditorio con ambiente, público asistente, momentos de las actuaciones.. etc. que se hacen virales a través del perfil en *twitter*.
- Galerías fotográficas a partir de los recortes de prensa (*press book*) con las publicaciones en prensa escrita relativas al Auditorio, también para viral en *twitter*.
- Videos con resúmenes de las actuaciones, entrevistas, valoraciones de artistas y público, también para viral en *twitter*.
- Videos presentados a modo de *teaser* o anticipo de los espectáculos programados.
- Noticias con anuncios de próximas actuaciones, videos de los artistas programados enlazados desde plataformas como *youtube* o *vimeo*.
- Concursos o *talen-tshow on line* mediante el envío de videos a la página de *facebook* del Auditorio o incluso presenciales, con casting celebrados en el mismo Auditorio, y cuyos ganadores pueden protagonizar un *meet and greet* (conocer y saludar) a sus artistas favoritos en camerinos y hasta, si los artistas acceden, actuar con ellos sobre el escenario.

## Objetivos

Hacia el entendimiento, el prestigio, la aceptación y la colaboración

La imagen de una empresa tiene la capacidad de influir en las opiniones y los comportamientos de sus audiencias, y finalmente, modificarlos e incluso determinarlos. Será la calidad de la imagen la que determinará su capacidad de modificar actitudes.

El Auditorio cuenta con una imagen signica de calidad, que se corresponde con el perfil de su singular arquitectura. Se soporta en un logotipo colorido, compacto, moderno e innovador que se asocia a las torres del Recinto Fortificado a cuyos pies está ubicado. Así pues, constituye uno de los objetivos genéricos de este plan:

- **Aumentar la proyección de la identificación o identidad visual del Auditorio**, que juega un papel clave y primario, desencadenante de todo el conjunto de necesidades comunicativas y verdadero eje vertebrador de la empresa.

La misma se implementará transversalmente en todas y cada una de las acciones y soportes de los que se valga el Auditorio para comunicar (cartelería, folletos, entradas, artículos de *merchandising*, *photocall*, señalética interior del recinto, identificación de personal técnico y de atención al público, tarjetas de visita, acreditaciones a periodistas, boletines de suscripción, comunicados de prensa, cartas, informes, circulares, correos y boletines electrónicos.. etc) de modo que contribuya a la construcción de la imagen mental y cumpla la función acumulativa que asocie cada uno de estos elementos o acciones al Auditorio.



TEATRO AUDITORIO  
RIBERAS DEL GUADAÍRA

GRUPOS DE INTERÉS	Necesidades – Objetivos
Grupo 1. Personal de trabajo	Conocer mejor su entorno de trabajo. Motivación, formación, integración y sentimiento de pertenencia dentro de la empresa, para el que será clave reconocerse en los éxitos alcanzados a través de los medios de comunicación.
Grupo 2. Instituciones	Conocer de la existencia de un Auditorio como el Riberas del Guadaira y verlo como una posibilidad para organizar congresos o encuentros de gran calado.
Grupo 3. Público Provincial	Entender la amplia y variada oferta cultural que ofrece una ciudad de su comarca o provincia, y tomarla como punto de referencia a nivel nacional.
Grupo 4. Público Local	Comprender las repercusiones positivas que tiene el Auditorio en la comunidad local y cómo influye en el día a día de los vecinos.
Grupo 5. Medios de Comunicación	Necesitan de la ayuda una fuente de comunicación permanente, que les facilitará su trabajo de forma notable gracias al exhaustivo trabajo y transparencia de un buen Gabinete de Comunicación con el que colaborarán.

- **Mejorar los contenidos estáticos y dinámicos de la página web del Auditorio.** Para ello se hace necesario:
  - 1) Ilustrar las noticias con imágenes, también en la *home* o portada de la *web*.
  - 2) Destacar en negrita o fuente de letra mayor tamaño las próximas actuaciones programadas.
  - 3) Implementar fotos con personas en el apartado de presentación.
  - 4) Implementar fotos o grafismos en el apartado servicios.
- **Mejorar la señalización exterior del Auditorio (en la verja de entrada)** con información más accesible relativa a los próximos espectáculos o el horario de taquilla.



## **Monitorización y balance**

El Gabinete de Comunicación ha de acometer una evaluación de los resultados obtenidos entre los públicos interpelados. Ello requiere un proceso de investigación constante basado en encuestas, sondeos, cuestionarios, entrevistas personales y análisis, que dimensione fielmente los resultados y permita reconducir la estrategia, si fuera necesario.

También es conveniente efectuar un análisis estratégico, con una investigación metódica y permanente de los medios de comunicación y de sus periodistas especializados.

Se trata, pues, de un trabajo permanente sin comienzo ni final. Y es que una buena imagen no sólo hay que crearla, sino que además hay que mantenerla.

Para ello es fundamental llevar a cabo un trabajo de documentación que implica, entre otras, las siguientes tareas:

- 1) Examen diario de la prensa, tanto de información general como especializada, para conocer el mapa de la actualidad relativa al Auditorio.
- 2) Recopilación y archivo de recortes de prensa.
- 3) Producción y difusión de dossier de prensa semanal entre responsables políticos y técnicos del Auditorio.
- 4) Ampliar dicho dossier a los impactos generados en medios audiovisuales (grabaciones y/o enlaces de radio y/o TV)
- 5) Estadística de impactos en las redes sociales con página y perfil del Auditorio (*facebook* y *twitter*)

A final de cada temporada programática –semestral- se hará un balance de actividad que indicará la evolución general de la notoriedad del Auditorio (evolución del volumen, contenido y calidad de las informaciones) percepción de la empresa, eficacia de cada campaña, medios utilizados y tipología de los mensajes. En esa línea, se establecerán responsabilidades y se elaborará una lista de medios que no informan nunca del Auditorio.

El Plan de Comunicación del Auditorio es un documento abierto, en permanente evolución, como lo están los públicos a los que afecta su funcionamiento. Por ello, este documento se somete a una revisión periódica, en el propósito de amoldar la estrategia de comunicación a las circunstancias reales que afectan al territorio donde desarrolla su actividad.

El mismo, se viene desarrollando desde enero de 2013, y ha supuesto un considerable incremento de la actividad comunicativa del Auditorio. Sirva como indicador la comparativa del número de seguidores en *twitter* en aquella fecha ( con los que acumula en la actualidad.

## Aplicaciones

A continuación, se relacionan algunas de las aplicaciones que se derivan de la materialización de las acciones realizadas por el Gabinete de Comunicación del Auditorio:

### 1.- Comunicado de prensa.



#### **El Riberas del Guadaira acoge mañana el estreno de 'Eterno Camarón'**

***El espectáculo cuenta con la participación de Luis y Gema Monje, hijos del mítico artista gaditano***

23 de mayo de 2014

El Teatro Auditorio Riberas del Guadaira acogerá mañana sábado (en función única a las 19:00h) el estreno de 'Eterno Camarón. Vida y música', un espectáculo cuyo guión y derechos de imagen cuentan con la autorización de la familia del genio, la colaboración especial de sus hijos, Gema y Luis Monje, la dirección artística a cargo de Javier Vargas y la dirección musical del bajista Cecilio Cirre.

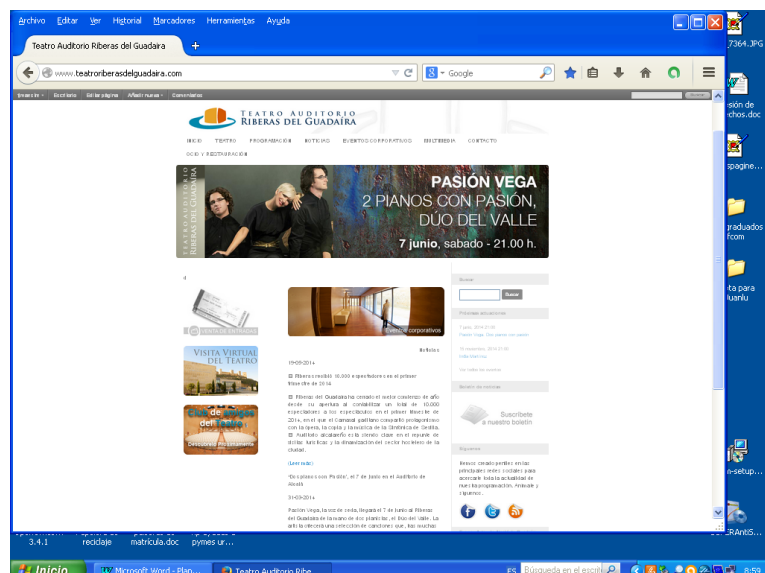
Por espacio de hora y media, un elenco formado por cinco actores y nueve músicos representarán la prolífica vida y extensa discografía de José Monje, por medio de claves teatrales y licencias dramáticas con las que disfrutar de su música y conocer la esencia tanto de la persona como del artista. Exceptuando al propio Camarón y La Chispa, los personajes no representan a personas reales, sino imaginarios. Cada uno de ellos fusiona simbólicamente a diferentes personas que de una manera u otra participaron en la vida de Camarón.

El público podrá escuchar una selección del repertorio de Camarón, interpretada en directo por unos músicos magistrales en escenas teatrales que a base de pinceladas dibujan la vida y el alma del cantaor gitano. Se combina con un contenido audiovisual amplio, que da como resultado un espectáculo impactante y distinto cuyo propósito es hacer disfrutar y dar a conocer al público la vida y la obra de este duende universal.

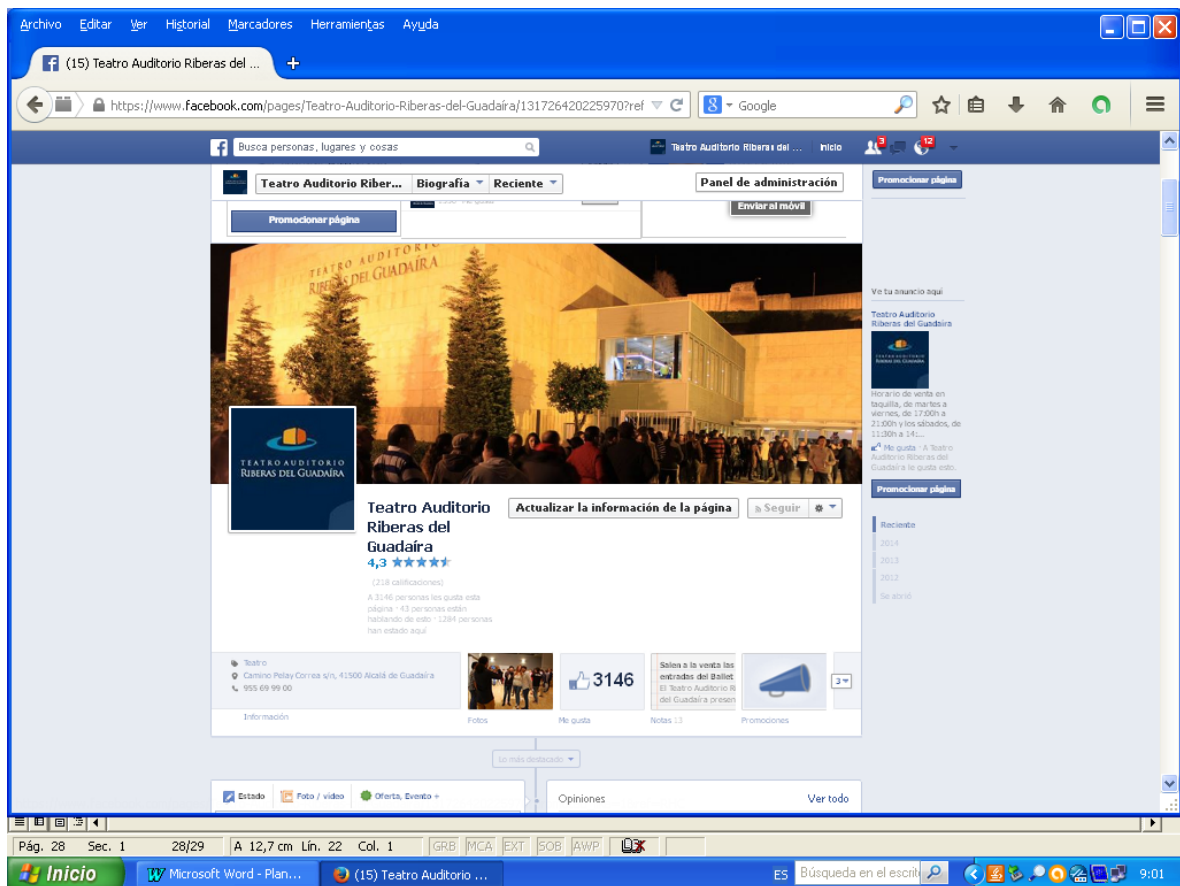
Además de Cecilio Cirre (Los Pájaros) como director musical, 'Eterno Camarón' cuenta con las voces de Pedro El Granaino, Inma La Carbonera y Rafa El Negro; Eduardo Trassiera y Luis Monje (hijo de Camarón) a las guitarras flamencas; Sergio Ceballos al teclado, Poti Trujillo a la percusión y Juan Sainz a la batería.

El estreno mundial de 'Eterno Camarón' tiene como escenario el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira, levantado junto a las cuevas flamencas del célebre Joaquín el de la Paula, alcalareño precursor de la Soleá. El recinto escénico alcalareño ha acogido la presentación oficial de este estreno, con la presencia del alcalde de la ciudad, Antonio Gutiérrez Limones, y la viuda de Camarón, Dolores Montoya La Chispa.

### 2.- Home de la página web del Auditorio y galería de noticias de la web del Auditorio.



### 3.- Publicación en la página del Auditorio en facebook.



### 4.- Publicaciones en el perfil de twitter del Auditorio.



**5.- Enlace a vídeo resumen de una de las actuaciones en el Auditorio (AURYN el 22 de diciembre de 2013) y que ha alcanzado más de 5.000 reproducciones.**

<https://www.youtube.com/watch?v=28CM2cwgHDY>

**6.- Captura de imagen de noticia sobre el Auditorio (presentación del espectáculo 'Eterno Camarón') correspondiente a Canal Sur Noticias en la RTVA.**



**7.- OPI urbano con el avance de la programación.**



## 8.- Documento resumen con asistencia de público y balance de impactos -incluye press book- en medios y redes sociales.



- CUENTO DE NAVIDAD
- JONATHAN SANTIAGO
- EL CARNAVAL DE LOS 5 LLENOS
- BLANCANIEVES, EL MUSICAL
- BODAS DE FÍGARO
- SE LLAMA COPLA
- GTRREZ. LIMONES Y PEDRO HALFFTER ANUNCIAN LA ROSS EN ALCALÁ

Informe-balance de impactos por los espectáculos 'Cuento de Navidad' + Jonathan Santiago + 'Los Ladrones' y 'Los Trovadores' + 'Blancanieves, el musical' + 'Bodas de Figaro' + 'Se llama copla' + presentación de la ROSS

Emitido por: Foo. Javier Maestre (Técnico de Comunicación TARG)  
Para: Rafael Blanco García (Dirección TARG)  
Marzo de 2014

1



- 1.- Introducción
- 2.- Musical Cuento de Navidad
- 3.- Jonathan Santiago LA COPLA
- 4.- Carnaval de Cádiz-31 enero- (LLENO)
- 5.- 'Hoy por Hoy', la SER en el Auditorio
- 6.- Carnaval de Cádiz-1 de enero- (2 LLENOS)
- 7.- Carnaval de Cádiz-14 de febrero- (LLENO)
- 8.- Blancanieves, el Musical (2 LLENOS)
- 9.- Carnaval de Cádiz-23 de febrero- (LLENO)
- 10.- Bodas de Figaro ÓPERA
- 11.- Se llama copla, Día de Andalucía (LLENO)
- 12.- Presentación de la ROSS
- 13.- Impactos en medios, RRSS y negocios locales
- 14.- Galería de prensa

2



# El Riberas del Guadaira recibió en dos meses más de 11.000 visitas. Los bares y restaurantes de Alcalá se benefician de la actividad constante en el recinto escénico alcalaño

### Introducción

Entre el 28 de diciembre de 2013, día del espectáculo musical 'Cuento de Navidad', y el 28 de febrero de 2014 en la celebración del Día de Andalucía con el concierto 'Se llama copla', han pasado por el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira casi 11.000 personas.

En estos dos meses, el Auditorio alcalaño ha incrementado su actividad y, en consecuencia, ha multiplicado el número de visitantes e impactos tanto en medios de comunicación como en redes sociales.

Este repunte en el tránsito de personas extiende su efecto a la economía alcalaña, de modo que bares y restaurantes del municipio incrementan su actividad coincidiendo con los espectáculos del Auditorio. Sirva como ejemplo los 4.500 visitantes acumulados a lo largo de los cinco espectáculos a cargo de las compañías del Carnaval de Cádiz, que ha repercutido incluso en los hoteles alcalaños.

La resonancia del Riberas del Guadaira se mantiene y, más aún, se consolida como el Auditorio de referencia para los artistas de mayor éxito.

El director artístico de la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla, Pedro Halffter, dijo en su primera visita al Riberas del Guadaira, de cara al primer concierto de la ROSS en Alcalá, que "me ha encantado este Auditorio, y tengo la intención de continuar haciendo grandes cosas aquí".

3



### Musical Cuento de Navidad

El musical Cuento de Navidad pasó por el Riberas del Guadaira para impregnar de magia navideña los últimos días de 2013. Fue una tarde dedicada a los más pequeños de la casa de la mano de Charles Dickens.



4



### Jonathan Santiago, LA COPLA

La copla hoy se llama Jonathan Santiago. El joven artista gaditano está revolucionando el género con un caudal de voz infinito, capaz de todo. Sus seguidores lo saben y por eso se vinieron al Riberas del Guadaira, para disfrutar de un día de 'Tormenta' de la mano de este talento.

Con la dirección musical del alcalaño José Miguel Álvarez, 'Se llama copla de Canal Sur TV', Jonathan Santiago derrochó arte y poderío en su homenaje a Marifé de Triana sobre el escenario del Auditorio alcalaño.



5



# El estreno en el Riberas del mejor  
Carnaval de Cádiz ha deparado cinco  
llenos con más de 4.500 espectadores

#### Carnaval de Cádiz LLENO 1

El 31 de enero de 2014 pasará a la historia como el día que el Carnaval de Cádiz quiso pasar por el Guadaira para dejar su impronta. Lo hizo hasta el 23 de febrero de la mano de dos de las mejores comparsas, 'Los Ladrones' de Juan Carlos Aragón y 'Los Trovadores' de los Hermanos Carapapas.

Con tal motivo, el alcalde de la ciudad, Antonio Gutiérrez Limones, y la Fundación Alcalaña de Carnaval abrió las puertas del Auditorio Riberas del Guadaira con una exposición retrospectiva de los 30 años del Carnaval de Alcala.



6

#### 'Hoy por hoy', la SER en el Auditorio

El Riberas del Guadaira acogió la mañana del pasado 31 de enero la emisión en directo del programa 'Hoy por hoy' de Radio Sevilla Cadena SER, conducido por Salomón Hachuel con la presencia del alcalde de la ciudad, Antonio Gutiérrez Limones, dos representantes de la plantilla de trabajadores de Puleva en Alcalá, la arqueóloga Lara Cervera, el presidente de la Fundación Alcalaña de Carnaval, Antonio Casali el 'Cañal' y la cantante Inma Herrera, participante en la última edición del programa de TV La Voz.

El espacio concluyó con la 'Cámara de los Balones' y sus célebres personajes, traídos por el artista gaditano José Guerrero 'Yuyu'.



7

#### Dos LLENOS en una tarde de Carnaval gaditano

El tercer pase de 'Los Ladrones' y 'Los Trovadores' en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira fue la confirmación de un éxito, el del más esperado estreno de Juan Carlos Aragón y los Hermanos Carapapas fuera de su Cádiz natal.

Cerca de un millar de incondicionales venidos de toda España se plantaron la noche del 1 de febrero en Alcalá para asistir al segundo y tercer pase de un estreno marcado por el éxito.

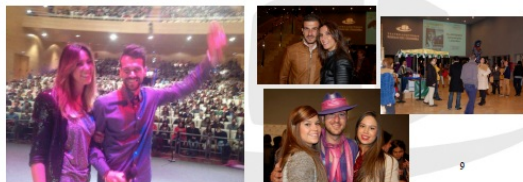


8

#### 14 de febrero, LLENO de Carnaval y amor..

Por el amor al Carnaval, el Riberas del Guadaira registró el 14 de febrero el cuarto lleno consecutivo de las comparsas gaditanas 'Los Ladrones' y 'Los Trovadores', de los geniales Juan Carlos Aragón y Hermanos Carapapas.

Casi un millar de fieles celebraron San Valentín entre presentaciones, dúos, pasodobles y popurrís que vinieron con sorpresa: La que protagonizó Alberto, un joven sevillano que con el permiso de 'Los Trovadores' pidió a su chica matrimonio desde el escenario, con anillo y de rodillas.



9

#### Blancanieves, el Musical

Había una vez un Auditorio que dedicó una tarde entera a hacer felices a los más pequeños de la casa, y así fue como se sumaron a la fiesta todos los miembros de la familia. Fue con motivo de Blancanieves el Musical, del que el pasado 15 de febrero hubo dos representaciones con sendos llenos de público en el Riberas del Guadaira.



10

#### El último como el primero, LLENO

Las comparsas gaditanas 'Los Ladrones' y 'Los Trovadores' de Juan Carlos Aragón y de los Hermanos Carapapas pusieron el domingo 23 de febrero el broche de oro a su espectáculo lejos de tierras gaditanas con un quinto lleno del Teatro Auditorio Riberas del Guadaira. De esta manera, cerca de 4.500 personas disfrutaron en directo del repertorio de estos artistas en lo que ha supuesto un hito histórico en el mundo del Carnaval.



11

# Después de 'La Traviata' y 'Bodas de Figaro', en octubre el Riberas alzará el telón para un nuevo espectáculo de ópera con 'Don Giovanni'

#### 'Bodas de Figaro'

La del 21 de febrero fue una noche de ópera, una más dedicada a la lírica en el Riberas del Guadaira, donde la oferta de este género se consolida para satisfacción de un público que lo disfruta de cerca.

El director Martin Mázik alzó la batuta y con los primeros acordes emergió la magia del escenario del Riberas, donde por espacio de casi tres horas destiló el elenco con el que la compañía Ópera 2001 deleitó a los asistentes.

La ópera en el Riberas siempre es un acontecimiento. Es una cita con la cultura y un buen pretexto para compartir buenas sensaciones. Habrá más ópera. Don Giovanni en octubre próximo.

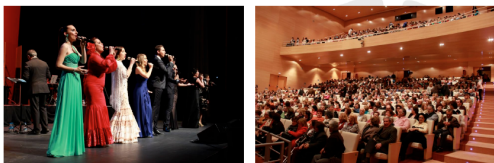


# El espectáculo 'Se llama copla' volvió a llenar el Auditorio alcalaíno en la celebración del Día de Andalucía

#### Se llama Copla, Día de Andalucía

El Teatro Auditorio Riberas del Guadaira se vistió de gala en el Día de Andalucía para acoger un espectáculo dedicado a la copla en el que han tomado parte los 10 concursantes del famoso programa de la TV andaluza 'Se llama Copla'.

El Auditorio se llenó de un público expectante y fiel seguidor de este género y sus nuevos intérpretes. Entre el elenco de artistas, como invitados, Álvaro Díaz y Cintia Merino, y la presentación de Maik Alexandre.



13

# El alcalde de Alcalá y el director artístico de la Sinfónica de Sevilla destacaron las prestaciones del Riberas del Guadaira

#### Presentación de la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla en Alcalá

El alcalde de Alcalá de Guadaira, Antonio Gutiérrez Limones, ha manifestado que el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira "permite elevar el nivel cultural de nuestro entorno y posiciona a Alcalá como referente y polo de atracción cultural".

Estas declaraciones las hizo en el acto de presentación del concierto que la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ofreció en Alcalá el pasado 13 de marzo. El regidor alcalaíno estuvo acompañado del director artístico de la ROSS, Pedro Häfler, quien prometió un concierto "extraordinario en unas instalaciones y entorno ideales. Esperamos que el Riberas del Guadaira sea parte del recorrido permanente de la ROSS".



14



#### Impactos en medios, RRSS y negocios locales

La difusión de los eventos del Riberas del Guadaira a través de los social media sigue siendo clave en el posicionamiento del Riberas del Guadaira. A esto contribuye la generación de contenidos que permite la web 2.0 por parte de un público feliz de venir al Auditorio alcalaíno.

El Riberas mantiene su presencia en medios masivos, pese a no contar con un plan de medios (de alto coste), ha multiplicado los nodos emisores de contenidos positivos sobre su programación de espectáculos en Internet y se ha erigido en dinamizador de la economía local, con el incremento de visitas que tienen su efecto en bares, restaurantes y hoteles del municipio.

El impacto en redes sociales de los cuatro acontecimientos referidos continúa generando un alto flujo de retuits y compartidos en twitter y facebook, respectivamente, redes en las que el Auditorio tiene página y/o perfil.

De este modo, desde antes del 28 de diciembre de 2013 y hasta 4 de marzo de 2014 ha sido el siguiente:

15

\* Facebook  
57 publicaciones con más de 38.000 impactos  
\* Twitter  
2.400 seguidores  
\* Más de 80 impactos en prensa escrita y digital

#### Facebook

Se subieron 57 publicaciones temáticas como:

- Anuncios con contenidos audiovisuales de espectáculos programados.
- Galerías fotográficas de espectáculos celebrados.
- Vídeos con resúmenes de espectáculos celebrados.
- Promociones y concursos para incentivar la venta de entradas.
- Noticias de actividades complementarias de la programación de espectáculos.

En total, se han alcanzado más de 38.000 impactos, destacando:

- Vídeo resumen de Aury, con casi 900 impactos y más de 4.000 reproducciones en youtube
- Vídeo con saludo de Juan Carlos Aragón, con casi 2.300 impactos.
- Vídeo con saludo de David Carapapa, con casi 1.200 impactos.
- Galerías fotográficas de los llenos del Carnaval gaditano, con una media de un millar de impactos cada una.
- Resultado de promoción 14 F, con casi 800 impactos.
- Galería fotográfica de Blancanieves el musical, con casi 1.000 impactos.
- Galería fotográfica de 'Se llama copla' del 28 F, con casi 2.500 impactos.
- Vídeo con el himno de Andalucía interpretado por artistas de 'Se llama copla', con más de 2.400 impactos.

De igual modo, los últimos acontecimientos del Riberas del Guadaira se han difundido a través de su perfil de Twitter-que ya suma 2.400 seguidores-, con una media de dos tweets diarios con fotos e información redirigiendo a la página del Auditorio [www.teatroauditoriodelguadaira.com](http://www.teatroauditoriodelguadaira.com) y página en facebook.

16

## Galería de prensa

En el intervalo de tiempo analizado, el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira ha sido objeto de más de 100 referencias en prensa escrita y digital. Recogemos aquí algunas de esas publicaciones, relativas a los espectáculos o eventos llevados a cabo.



### Limones asegura que el Riberas del Guadaira "posiciona a Alcalá como referente cultural"



### Limones asegura que el Riberas del Guadaira "posiciona a Alcalá como referente cultural"

El Alcalá de Alcalá de Guadaira (Sevilla), Antonio Gutiérrez Limones, ha asegurado este martes, durante el acto de presentación del concierto que la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla (ROSO) ofrece en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira el próximo 13 de marzo, que desde agosto "permite a Alcalá como referente y polo de atracción cultural".



### Limones asegura que el Riberas del Guadaira "posiciona a Alcalá como referente cultural"

El Alcalá de Alcalá de Guadaira (Sevilla), Antonio Gutiérrez Limones, ha asegurado este martes, durante el acto de presentación del concierto que la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla (ROSO) ofrece en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira el próximo 13 de marzo, que desde agosto "permite a Alcalá como referente y polo de atracción cultural".

## SEVILLA

### La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla visitará Alcalá de Guadaira

ANÁLISIS | 14/03/2014

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 15 (EUROPA PRESS)

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla visitará Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos bajo la dirección artística de Pedro Halffter. La cita será el próximo 13 de marzo en el teatro Riberas del Guadaira. Se trata de un concierto extraordinario fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

La presencia de la Sinfónica de Sevilla en Alcalá de Guadaira supone un acontecimiento importante, ya que su principal actividad se centra en su ciclo de abono que se desarrolla en el Maestranza, con una media de 30 conciertos cada temporada. Desde su presentación, han participado los más destacados directores, solistas, cantantes y coros del panorama nacional e internacional. Su actividad sinfónica, centrada en el repertorio tradicional y contemporáneo, presta también especial atención a la música española, la recuperación de obras poco interpretadas y músicas menos usuales como la del cine y la popular.

En Sevilla ha estado en dos ocasiones en el Festival Internacional de Ópera, así como otros dos en el de Contender; lo ha hecho también en las principales salas de conciertos como son el Auditorio Nacional de Música de Madrid, el Palau de la Música de Barcelona, el Palau de València, el Auditorio de Murcia y el Auditorio de Ginebra (Santiago de Compostela), el Kursaal de San Sebastián, Balcarras de Pamplona, Palacio de Euzkalduna de Bilbao o Teatro Principal en Vitoria. También ha participado en el ciclo de conferencias de intercambio entre orquestas españolas organizado por la Asociación Española de Orquestas Sinfónicas y visitó el Teatro Real de Madrid en la que fue su presentación en junio de 1998.

## elEconomista.es

17 > ALCALÁ DE GUADAIRA: EL TEATRO DE LA CITA QUE PUEDE SER

### te el Riberas del Guadaira "posiciona a Alcalá rural"

Antonio Gutiérrez Limones, ha asegurado este martes, durante el acto de presentación del concierto que la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla (ROSO) ofrece en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira el próximo 13 de marzo, que desde agosto "permite a Alcalá como referente y polo de atracción cultural".

ALCALÁ (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

El director artístico de la ROSO, Pedro Halffter, ha destacado que se trata de un "concierto extraordinario en un escenario histórico y único", a lo que Gutiérrez Limones ha añadido "y jugar por tener en Alcalá esta gran orquesta, uno de los mejores culturales más apreciados del 'nuestro país'".

El director artístico en el auditorio de Alcalá y espera que el Riberas del Guadaira sea parte del momento permanente de la ROSO, expresó al primer día a la prensa.

Limones ha explicado que uno de los aspectos más importantes de este tipo de conciertos para pueblos "permite a pueblos que antes no han visto tener acceso a la cultura de primer nivel".

El director de la ROSO, Pedro Halffter, ha destacado que se trata de un "concierto extraordinario en un escenario histórico y único", a lo que Gutiérrez Limones ha añadido "y jugar por tener en Alcalá esta gran orquesta, uno de los mejores culturales más apreciados del 'nuestro país'".

El director artístico en el auditorio de Alcalá y espera que el Riberas del Guadaira sea parte del momento permanente de la ROSO, expresó al primer día a la prensa.

Limones ha explicado que uno de los aspectos más importantes de este tipo de conciertos para pueblos "permite a pueblos que antes no han visto tener acceso a la cultura de primer nivel".



### La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla visita Alcalá de Guadaira

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

### La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla visita Alcalá de Guadaira

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.



## ALCALÁ DE GUADAIRA

### "Se llama Copla"

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

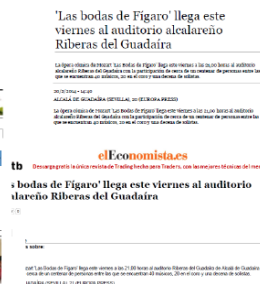
La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.

ALCALÁ DE GUADAIRA (SEVILLA), 14 (EUROPA PRESS).

La Real Orquesta Sinfónica de Sevilla ha visitado el Auditorio Riberas del Guadaira de Alcalá de Guadaira en su temporada de conciertos y bajo la dirección de Juan Luis Pérez, visitó la ciudad el próximo 13 de marzo. Se trata de un concierto extraordinario, fuera de la temporada de abono, en una gira en la que visitó anteriormente ciudades como Cádiz y Málaga.







**'Biancanieves', Manuel Ota y Laura Salgado**  
Biancanieves, obra de teatro en un acto, de Manuel Ota y Laura Salgado. Se estrenó en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira el 21 de febrero de 2021. La obra está basada en el cuento de hadas de Charles Perrault. La obra fue estrenada por el grupo de teatro 'Biancanieves' de la localidad de Alcañal de Guadaira.



El Auditorio 'Riberas del Guadaira' acogerá el próximo 21 de febrero 'Las Bodas de Figaro'

El Auditorio Riberas del Guadaira, de la localidad sevillana de Alcañal de Guadaira, acogerá el próximo 21 de febrero la representación de la ópera 'Las Bodas de Figaro', de Wolfgang Amadeus Mozart, una coproducción de Ópera 2021 y el Teatro La Fénix de Fuenfrías (Huelva).

#### CULTURA

### El Auditorio 'Riberas del Guadaira' acogerá el próximo 21 de febrero 'Las Bodas de Figaro'

Andalucía (16/02/2021) - (13h)

ALCAÑAL DE GUADAIRA (SEVILLA). 9 (EUROPA PRESS)

El Auditorio 'Riberas del Guadaira', de la localidad sevillana de Alcañal de Guadaira, acogerá el próximo 21 de febrero la representación de la ópera 'Las Bodas de Figaro', de Wolfgang Amadeus Mozart, una coproducción de Ópera 2021 y el Teatro La Fénix de Fuenfrías (Huelva).

El Auditorio 'Riberas del Guadaira' acogerá el próximo 21 de febrero 'Las Bodas de Figaro'



Alcalá de Guadaira premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo

Alcalá de Guadaira (Sevilla) premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo. La localidad de Alcañal de Guadaira, de la provincia de Sevilla, ha organizado una cena y espectáculo para celebrar el día de San Valentín. La actividad se celebrará el próximo 14 de febrero en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira.

Alcalá de Guadaira premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo

Alcalá de Guadaira (Sevilla) premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo. La localidad de Alcañal de Guadaira, de la provincia de Sevilla, ha organizado una cena y espectáculo para celebrar el día de San Valentín. La actividad se celebrará el próximo 14 de febrero en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira.



Alcalá de Guadaira premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo

Alcalá de Guadaira (Sevilla) premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo. La localidad de Alcañal de Guadaira, de la provincia de Sevilla, ha organizado una cena y espectáculo para celebrar el día de San Valentín. La actividad se celebrará el próximo 14 de febrero en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira.

### Alcalá de Guadaira premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo

Alcalá de Guadaira ha dado a conocer este jueves los ganadores de 'Alcalá de Guadaira' en el concurso que tuvo lugar el pasado 14 de febrero. El concurso se celebró en el Teatro Auditorio Riberas del Guadaira. Los ganadores fueron: [List of winners]

Alcalá de Guadaira premia a 14 parejas por San Valentín con una cena y espectáculo

**Las comparsas de Juan Carlos Aragón y «Los Carapapas» actuaron ayer en Alcalá de Guadaira. En los próximos días habrá 14 grupos de Sevilla en el concurso de Cádiz**

## Sevilla en el Falla, Cádiz en Alcalá

ALBERTO WALLARDO  
ALCALÁ DE GUADÁIRA

El día de coplas entre agrupaciones de carnaval es una tradición en esta fiesta de Cádiz, donde se ha convertido en una manifestación estruendosa y festiva de la ciudad. En una fiesta global, según se llama, se reparten la participación directa en ella comienza a disminuir sus frentes en una doble dirección.

El número de agrupaciones de la provincia de Sevilla en el concurso de Cádiz es cada vez mayor, y eso se ha dado el paso en el sentido contrario, donde las comparsas con más seguidores en la capital gaditana han renunciado a su participación en el concurso y se han centrado en su repertorio en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

Las comparsas de Juan Carlos Aragón y de los Hermanos «Carapapas» («Los Ladrones» y «Los Trollos»), en su demostración de este año, se presentaron anoche en el teatro au-

ditorio de Alcalá de Guadaira con una enorme expectación. Plantearon realizar una función, pero la intensidad de la venta de entradas les hizo aumentar el número de funciones hasta cuatro, con todo vendido. El primero se agotó en ocho minutos por Internet y en otros días en Alcalá se le repitió: repite de localidades «Los Ladrones», tienen firmados 15 actuaciones en febrero.

En las actuaciones ambas grupos pusieron un repertorio inédito compuesto por ocho canciones, una copla, estrofa y popurrí. Mucha política de Sevilla, por tanto, en Alcalá de Guadaira, música, música, ciudad y mucho del extranjero: de Nápoles y Londres fueron canciones.

Todos entusiasmados con las agrupaciones, y en particular con Juan Carlos Aragón, cantaba la presentación de su agrupación afirmó que «es una noche histórica, pero es una forma alternativa de hacer Carnaval, hacia donde voy a estar dispuesto a no solo pero voy a estar más seguro. En los dos pasados la agrupación ofrecía explicaciones y disculpas a cada ritmos que



Comparsa «Los Ladrones» de Juan Carlos Aragón, ayer en Alcalá

recibían en el concurso no los ha dado otro camino, cantaron en el primero. En el otro cargaron contra los «adversarios» de su agrupación y defendieron a los «clásicos» de la música.

### Camino inverso

Estas dos agrupaciones son conscientes de haber abierto un camino por el que nadie que trasmita al otro, y una vez más, también disonancias con el concurso de Cádiz, según afirma, a vivir el carnaval, director de «Los Ladrones». Tal ha sido el camino inverso al que desde hace años realizan un número creciente de agrupaciones sevillanas: la provincia recita cada

vez más mis representantes al Falla. Este año, de los 15 participantes en el concurso, hay 14 de Sevilla. Después de Cádiz es la provincia con más representantes. Son ocho comparsas, cinco de Cádiz y cinco de Alcalá, es la localidad con mayor representación de las agrupaciones locales, cinco participan en el concurso gaditano.

El director de una de ellas, que ha estado varias veces a las salidas del teatro gaditano, explica que la comparsa de Cádiz hacia los grupos de la villa ha ido cambiando, cuando han visto que se hacían cosas con calidad. Según afirma, «en Cádiz todo el que hace las cosas bien es siempre bien recibido».



El carnaval de Cádiz se estrenó en Alcalá

El carnaval de Cádiz se estrenó en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana. Las comparsas de Juan Carlos Aragón y de los Hermanos «Carapapas» («Los Ladrones» y «Los Trollos») se presentaron anoche en el teatro auditorio de Alcalá de Guadaira con una enorme expectación.

El día de coplas entre agrupaciones de carnaval es una tradición en esta fiesta de Cádiz, donde se ha convertido en una manifestación estruendosa y festiva de la ciudad. En una fiesta global, según se llama, se reparten la participación directa en ella comienza a disminuir sus frentes en una doble dirección.

### Alcalá de Guadaira amplía las actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

### Alcalá de Guadaira amplía las actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.



La voz del Carnaval

La voz del Carnaval de Cádiz se estrenó en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana. Las comparsas de Juan Carlos Aragón y de los Hermanos «Carapapas» («Los Ladrones» y «Los Trollos») se presentaron anoche en el teatro auditorio de Alcalá de Guadaira con una enorme expectación.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

### Alcalá de Guadaira recibe mañana las comparsas gaditanas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

Des de las tres comparsas gaditanas con más seguidores firman cuatro galas para estrenar su repertorio fuera del Falla

## El carnaval, de Cádiz a Alcalá

ALBERTO WALLARDO

La actividad de los días del carnaval en Alcalá de Guadaira es cada vez mayor, y eso se ha dado el paso en el sentido contrario, donde las comparsas con más seguidores en la capital gaditana han renunciado a su participación en el concurso y se han centrado en su repertorio en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

Las comparsas de Juan Carlos Aragón y de los Hermanos «Carapapas» («Los Ladrones» y «Los Trollos»), en su demostración de este año, se presentaron anoche en el teatro au-



Comparsa «Los Ladrones» de Juan Carlos Aragón, ayer en Alcalá

recibían en el concurso no los ha dado otro camino, cantaron en el primero. En el otro cargaron contra los «adversarios» de su agrupación y defendieron a los «clásicos» de la música. Estas dos agrupaciones son conscientes de haber abierto un camino por el que nadie que trasmita al otro, y una vez más, también disonancias con el concurso de Cádiz, según afirma, a vivir el carnaval, director de «Los Ladrones». Tal ha sido el camino inverso al que desde hace años realizan un número creciente de agrupaciones sevillanas: la provincia recita cada vez más mis representantes al Falla. Este año, de los 15 participantes en el concurso, hay 14 de Sevilla. Después de Cádiz es la provincia con más representantes. Son ocho comparsas, cinco de Cádiz y cinco de Alcalá, es la localidad con mayor representación de las agrupaciones locales, cinco participan en el concurso gaditano.

### Alcalá de Guadaira recibe mañana las comparsas gaditanas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.

El Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira ha ampliado el programa de actuaciones de las comparsas de Juan Carlos Aragón y los Carapapas. Los grupos de Cádiz se estrenaron en Alcalá de Guadaira, a diez kilómetros de la capital sevillana.



## **Conclusiones. Receta en continua evolución**

El posicionamiento del Auditorio es una labor sin principio ni fin, que debió hacerse desde antes incluso de su apertura y que ha de continuar en el tiempo independientemente de la institución / dirección que lo gestione en el futuro.

A través del Plan de Comunicación que se acompaña y sus sucesivas versiones –producto de los cambios propios derivados del paso del tiempo–, el Gabinete de Comunicación ha de trabajar en estrecha colaboración y contacto permanente y directo con la dirección del Auditorio conforme a sus directrices y, por lo tanto, en atención a su misión y visión.

Al margen de consideraciones como la idoneidad del recinto, modelo de gestión o línea programática de espectáculos y eventos, el Gabinete de Comunicación ha de velar por proyectar la mejor imagen signica y conceptual del Auditorio a los distintos públicos a los que afecta, satisfaciendo sus expectativas hasta hacerse un sitio en la mente y hasta los corazones de sus usuarios, hasta conquistar su actitud favorable y lograr su colaboración.

Sorteando obstáculos como consideraciones políticas adversas, el incremento del IVA cultural, la crisis económica o la dura competencia que plantean otros recintos escénicos y congresuales de mayores dimensiones y/o mejor ubicados.

El Auditorio es el Auditorio, único, y así lo hacemos saber y reforzamos poniendo de relieve sus fortalezas por delante de sus debilidades. No es una tarea fácil, y cuando parezca concluida seguirá habiendo margen de mejora, siempre.

Será una labor integral de comunicación, a cargo de profesionales del periodismo capaces de generar contenidos adecuados, oportunos, fácticos, con el foco apuntando a los soportes y usos de los públicos que conforman el *target* heterogéneo del Auditorio, en constante evolución. Por eso el Gabinete de Comunicación ha de estar vigilante y presto mejorar la ‘receta’ si fuera necesario. El Auditorio no descansa, y su Gabinete tampoco. Cuando tú no haces la comunicación, te la hacen.

## **Fuentes consultadas**

### *Bibliográficas*

‘Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. La dirección de comunicación en la actualidad’, ALMANSA MARTÍNEZ, ANA MARÍA. Comunicación Social, Zamora (2011)

‘Las relaciones con los públicos. Revista internacional de relaciones públicas’, ALMANSA MARTÍNEZ, ANA MARÍA y RUIZ, ISABEL, Revista Internacional de Relaciones Públicas, España (2013)

‘Dircom, Estratega de la Complejidad. Nuevos paradigmas para la Dirección de Comunicación’, COSTA, JOAN. Servei de Publicacions de la UAB, Barcelona (2009)

‘Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial’, FERNÁNDEZ, RICARDO. Ed. Club Universitario, Alicante (2009)



‘La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas’, VILLAFANE, JUSTO. Ed. Pirámide, Madrid (2004)

‘Informe Anual 2012. La Comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica’, VILLAFANE, JUSTO. Pearson Educación, Madrid (2012)

‘El poder de la comunicación estratégica’, PIZZOLANTE, Ed. Pontificia Javeriana J. Colombia (2004)

‘Lobby y comunicación: el lobbying como estrategia comunicativa’, CASTILLO ESPARCIA, A. Comunicación Social, Zamora (2011)

‘Redes sociales en internet. Implicaciones y consecuencias de las plataformas 2.0 en la sociedad’, GARCÍA ESTÉVEZ, NOELIA. España. Universitas, Madrid (2012)

‘La empresa en la web 2.0. El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial’, CELAYA, JAVIER. Gestión 2000, Barcelona (2011)

‘Manual de marketing y comunicación cultural’, LEAL JIMÉNEZ, ANTONIO y QUERO GERVILLA, MARÍA JOSÉ. Colección Observatorio cultural del proyecto Atalaya. Dirección General de Universidades de la Consejería de Economía Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. Cádiz (2011)

‘Las relaciones públicas: Un factor clave de gestión’, BLACK, SAM. Editorial Díaz de Santos, Madrid (1999)

‘Comunicación Empresarial 2.0. La función de las nuevas tecnologías en la estrategia de comunicación empresarial’, CELAYA, J Y HERRERA, P. Grupo BPMO Ediciones. Barcelona (2007)

### *Digitales*

Página web del Teatro Auditorio Riberas del Guadaira  
<http://www.teatroriberasdelguadaira.com/> [25/05/2014]

Página web del Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira  
<http://www.ciudadalcala.org/> [25/05/2014]

ESPADA, N. (2011). ¿Cómo hago un plan de comunicación para mi empresa? [modaes.es]  
<http://www.modaes.es/blogs/elaltavoz/como-hago-un-plan-de-comunicacion-para-mi-empr esa.html> [22/04/2014]

### *Personales*

D. Rafael Blanco García, director del Teatro Auditorio Riberas del Guadaira.

D. Rafael Ramos Pérez, ex director del Teatro Auditorio Riberas del Guadaira.

D. Juan Miguel Guerrero, gerente de la empresa de programación *on line* E-Xisto.

D. Fernando Sánchez, creativo de la empresa Textura Diseño Gráfico.

D. Jaime Muñoz Lama, economista de la empresa pública Innovar en Alcalá S.L.U.

D. Alejandro Antona Illanes, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.